การยาสูบแห่งประเทศไทย
Tobacco Authority of Thailand

แผนแม่บท ด้านการจัดการนวัตกรรม

พ.ศ. 2570 - 2575



ทองวิจัยและนวัตกรรม ฝ่ายวิจัยและพัฒนาธุรกิจ
การยาสูบแห่งประเทศไทย

สิงหาคม 2569

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

การยาสูบแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการจัดการนวัตกรรม โดยกำหนดนโยบายตลอดจนเสริมสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีให้กับบุคลากร เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร มุ่งส่งเสริมให้พัฒนาไปสู่การเป็น “การยาสูบแห่งประเทศไทยแห่งการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างยั่งยืน” ทั้งนี้ได้สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุงกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมทั้งพัฒนากระบวนการดำเนินงานที่มีอยู่เดิม โดยมีนโยบายดังนี้

1. มุ่งสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม โดยส่งเสริมให้บุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคิดสร้างสรรค์ และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
2. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล เพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ เกิดกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการ และธุรกิจ ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. พัฒนาศักยภาพและความร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองตลาดและความยั่งยืน
4. ขับเคลื่อนนวัตกรรมเชิงบูรณาการที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทั้ง 3 มิติ ได้แก่ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยาสูบสู่ความยั่งยืน

วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยาสูบ ใบยา และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง สู่ความยั่งยืน”

พันธกิจ

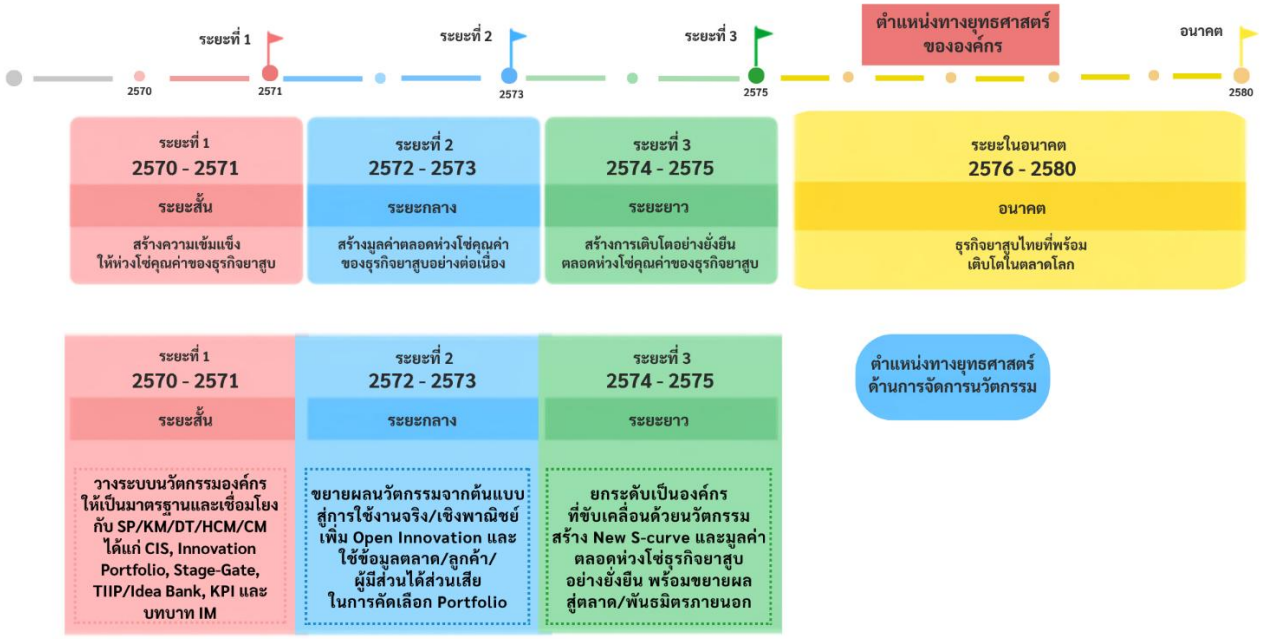
1. ขับเคลื่อนนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกร ยกระดับกระบวนการผลิต และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพควบคู่การพัฒนาธุรกิจ โดยวางรากฐานผ่านระบบนิเวศนวัตกรรม
2. การพัฒนาบุคลากร และการสร้างมูลค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

บทที่ 4

การกำหนดยุทธศาสตร์

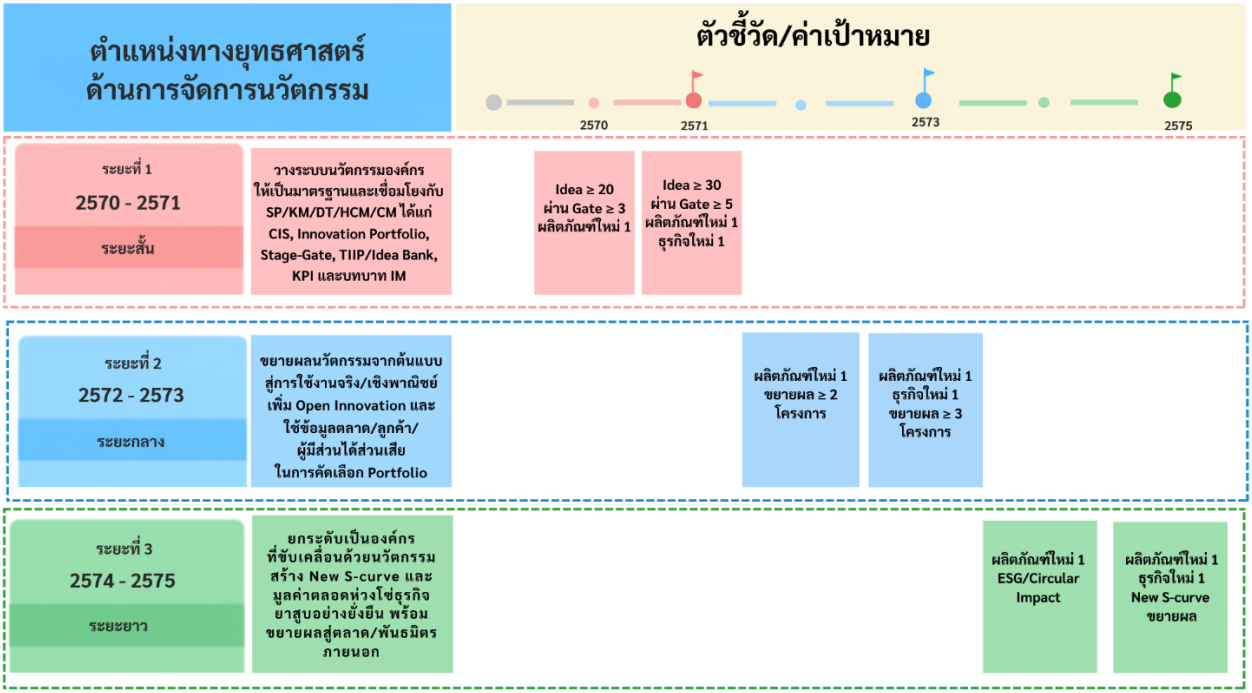
4.1. ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม

เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนแม่บทด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมการยาสูบแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2570 - 2575) มีการถ่ายทอดจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ดำเนินการได้ตามกรอบระยะเวลา และสอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ จึงได้นำแผนที่นำทางด้านนวัตกรรม (Innovation Roadmap) มาช่วยวางแผนติดตามและวัดผลตามเป้าประสงค์ของการจัดทำแผนงานด้านการจัดการนวัตกรรม และได้กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรมของ ยสท. ให้สอดคล้องกับกรอบระยะเวลาดำเนินงานระยะยาวตามแผนยุทธศาสตร ปงบประมาณ 2566-2570 ทบทวนสำหรับใชในปงบประมาณ 2570 แผนยุทธศาสตร์ปงบประมาณ 2571-2575



- **2570-2571** วางระบบนวัตกรรมองค์กรให้เป็นมาตรฐานและเชื่อมโยงกับ SP/KM/DT/HCM/CM ได้แก่ CIS, Innovation Portfolio, Stage-Gate, TIIP/Idea Bank, KPI และบทบาท IM
- **2572-2573** ขยายผลนวัตกรรมจากต้นแบบสู่การใช้งานจริง/เชิงพาณิชย์ เพิ่ม Open Innovation และใช้ข้อมูลตลาด/ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคัดเลือก Portfolio
- **2574-2575** ยกระดับเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม สร้าง New S-curve และมูลค่าตลอดห่วงโซ่ธุรกิจยาสูบอย่างยั่งยืน พร้อมขยายผลสู่ตลาด/พันธมิตรภายนอก

ตัวชี้วัดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการนวัตกรรม



4.2 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์/ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ปี 2570-2575

ภาพรวมการยาสูบแห่งประเทศไทย

การยาสูบแห่งประเทศไทย เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลังประเภทจัดหารายได้ จัดอยู่ในสาขาอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม ประกอบธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายบุหรี่สำเร็จรูปโดยได้รับสิทธิผูกขาดในการผลิตบุหรี่ซิกาแรต โดยองค์กรมีธุรกิจหลักคือการตอบสนองความต้องการบริโภคยาสูบรูปแบบต่าง ๆ ของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ และมุ่งขยายสู่ธุรกิจอื่น เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับยาสูบ และธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มรายได้ให้องค์กร

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร

คณะกรรมการการยาสูบแห่งประเทศไทยร่วมกับผู้บริหารระดับสูงได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจดังนี้

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรชั้นนำด้านยาสูบที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และดำเนินงานตามหลัก ESG เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. สร้างรายได้จากธุรกิจยาสูบและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
2. ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
3. สร้างมูลค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่ายาสูบ
4. จัดการและดำเนินธุรกิจด้วยธรรมาภิบาล โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม

ค่านิยมองค์กร

TOAT

Transparency Ownership Advancement Togetherness

วัฒนธรรมองค์กร

มีคุณธรรม รอบรู้ทันโลก มุ่งสร้างประโยชน์ส่วนรวม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยสท.

SO1 : บริหารห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจยาสูบเพื่อสร้างการเติบโต

SO2 : ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ

SO3 : บริหารองค์กรร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมขององค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ปรับปรุงและพัฒนา New S-curve Business เพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาว

การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กร และยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม ปีงบประมาณ 2570 - 2575

